第 52 卷 第 3 期　北京大学学报(哲学社会科学版)　Vol. 52, No. 3
2015 年 5 月　Journal of Peking University(Philosophy and Social Sciences)　May 2015

“大众创业 万众创新”的局面何以形成?
——对北京大学部分青年校友创业情况的观察与初步分析

吴 志 攀
(北京大学法学院,北京 100871)

摘　要: 青年创业正在北京、上海等地蓬勃兴起,也是所谓“大众创业 万众创新”的主力军,被视为中国经济发展的新引擎。通过研究北大部分青年校友创业的案例,可以发现,他们具有以下特点:创业者和创业团队年轻化、教育背景与创业领域之间跨度较大、广泛使用互联网技术并与互联网平台紧密结合、借鉴国外成熟商业模式但也善于“中国化”并能提出新颖创意等。青年创业之所以呈现这些特点并能快速发展的原因,不仅在于政策的扶持、技术的进步与普及以及高等教育的大众化,更在于中国市场、中国社会的若干特殊性。

关键词: 青年创业;本土资源;社会网络;互联网产业
中图分类号:C 913.5　**文献标识码:**A　**文章编号:**1000-5919(2015)03-0211-08

一、当前我国青年创业的基本状况以及简单的横向、纵向比较

最近一个时期,青年创业成为中国经济发展中的热点,相较于某些传统产业和传统商业模式的停滞、衰退,青年创业被认为是推动经济持续增长、促进就业与消费、激发社会活力的“新引擎”。当然,青年创业并不是“新鲜事物”,改革开放三十多年来,我们起码观察到过两波创业浪潮,20 世纪 80 年代初的“个体户”与 90 年代初的“下海热”,其本质与今天的创业并没有区别,都是中国市场经济发展不同阶段的产物。但与此前的两次浪潮相比,今天创业的主体更加年轻化,主要为“80 后”“90 后”接受了完整高等教育的青年一代,创业的模式、路径、规模以及成效也发生显著变化。

青年创业实际上是世界性的现象。根据一项 20 世纪 90 年代初期的研究,美国到 80 年代末期,自 1947 年至 1964 年出生的青年一代已达 7700 万人,占到美国总人口的 1/3,他们是美国经济发展创新的主要推动力。从接受高等教育的情况看,这一代人中的佼佼者,普遍选择了企业管理、商学研究等与实际创业紧密相关的领域,“在美国,商学院为进入到其他职业分发通用的入门证”①。这一代青年的择业观也与他们的先辈不同,倾向于接受小企业的挑战风险,而非发展前景稳定、优渥的大企业。比如,在 90 年代初期,哈佛大学商学院拿到硕士学位的毕业生有 1/3 以上都放弃了进入大企业的机会,选择了具有风险且创业氛围浓厚的小企业。

最近 20 年来,青年创业在美国长盛不衰。1996 年,美国的全部企业之中,有 11% 是 25 岁以下的青年人创办的,而 1997 年新开张的就有 130 万家②。青年创业明星在美国层出不穷,比如社交网络 Facebook 的创办者马克·扎克伯格,在公司上线时年仅 20 岁,至今其财富已经达到了 351 亿美元,高居 2015 年福布斯富豪榜的第 16 位。

中国大陆的青年创业虽然起步要晚一些,但发展速度越来越快,对整个经济社会发展的影响也越来越大。2008—2013 这六年间,全国创业投资的年平均投资额达到了 54.6 亿美元,案例平均达到了 745 个③,创业者的主体和美国一样,都是接受了良好高等教育的青年人,而且创业的空间也高度

收稿日期:2015-02-20
作者简介:吴志攀,男,四川西昌人,北京大学法学院教授。

① 鲁兴启:《美国青年创业家的崛起》,《研究与发展管理》,1993 第 4 期,第 73—75 页。
② 恕非:《美国青年, 创新多多》,《21 世纪》,2002 年第 8 期。
③ 根据前瞻产业研究院对 2008—2013 年间中国创业投资市场投资规模统计整理,http://bg.qianzhan.com/report/detail/300/140711 -8cc9d701.html,检索时间:2015 年 3 月 18 日。

集中在北京、上海等一线大城市(美国则比较集中于硅谷等地)。同时,我在北京地区观察到的几乎所有的成功创业,都与互联网以及互联网金融有着密切联系。由于职业原因,我更多地接触到“北大校友”这样一个充满活力的创业群体,他们所创办的企业如青春树、拉卡拉、人人贷、时趣互动、车库咖啡、1898 咖啡、伏牛堂等,都已经受到全社会的广泛关注,并且纷纷成为其他创业者模仿和超越的对象。

二、中国青年创业的主要特点
——以部分北大校友创业者为例

我和我的学生们访问了北京地区几乎所有由北大校友创办的小微企业,对这些青年创业者进行了访谈,并研究了他们的案例。这些案例具有以下特点:创业者和创业团队年轻化、教育背景与创业领域之间跨度较大、广泛使用互联网技术并与互联网平台紧密结合、借鉴国外成熟商业模式但也善于“中国化”并能提出新颖创意等。

1. 创业者及其团队越来越年轻化,富有创造力和想象力

表 1 包括了七个渐成规模的创业品牌

表 1 中国部分青年创业者年龄及专业

公司名称	行业	创办者	创办时年龄(岁)	所学专业
青青树	动漫	王川、武寒青	28	中文系
拉卡拉	信贷	孙陶然	36	经济学
人人贷	信贷	李欣贺/杨一夫/张适时	25	数学、管理
时趣互动	营销与社交	张锐	30	法律
车库咖啡	孵化器	苏菂	32	电子信息
西少爷肉夹馍	餐饮	孟兵	24	自动化
伏牛堂牛肉米粉	餐饮	张天一	24	法律

我们可以发现,这些创业者都十分年轻。其中年龄最大的是拉卡拉的老板孙陶然,创办拉卡拉时 36 岁,但这已经是孙陶然数次创业中的最近一次,如果追溯他第一次创办的《电脑时代周刊》,那时年仅 26 岁。表格中所列的孟兵和张天一创业成功之时都年仅 24 岁,而且这甚至也都不是他们的第一次创业。

我们来看具体的案例:

(案例一):

人人贷公司的创办人李欣贺和杨一夫是北大数学系校友,张适时是清华经管学院校友。他们三人在 5 年前创办人人贷,现已发展成为国内互联网金融领域小贷业务中的佼佼者。去年他们公司贷款额 40 多亿人民币左右,均采用自主研发的个人征信模型评价信用与贷款,风险率比国有商业银行还低,经营成本更低。

(案例二):

北京新开张的“伏牛堂”湖南牛肉米粉快餐店被多家媒体报道。创办人张天一,北大法学院硕士毕业。他学了六年法律,拿到了律师资格,外语也很好,但毕业以后却没有当律师,而是先回老家学做常德牛肉米粉,然后回到北京,借助天使投资,用半年多的时间,就在朝阳区开了三家分店,而且还都能赚钱。许多媒体都惊叹,北大硕士卖起了米粉,可他却认为这样踏实。

这些年轻人都曾在北大——国内最好的大学读本科或者研究生,如果不选择创业,他们毕业之后也肯定可以在社会上找到一份体面的工作。但是,他们并没有选择进入“体制内”或者大公司,对风险的承受能力极强。

前面我已经提到,最近 30 年曾经出现过至少两次创业热潮,但此前的创业者鲜有大学毕业生,更不用说名牌大学毕业生。假如我们研究著名的“温州模式”①和“苏南模式”②,那么会发现,那些选择风险更大的创业的人,往往没有受到过高等教育,此外,他们对家族、对村社集体的依赖十分明显,也就是说,这样的创业植根于“乡土中国”,而且浙江、苏南这些地区的经商传统已经延续了很长一个历史时期。但是,当前这些思想活跃、创意无穷的高学历青年,不再有上述的背景,他们的根在大城市,在一个前所未有的“都市中国”。这样的青年创业,既是社会潮流的产物,也推动了社会观念的转变。今天大学生的就业热点已经发生转变,过去的“公务员热”和“央企热”正在被“创业热”所取代,这应该被视作中国经济发展新活力的希望所在。

2. 商业模式都与互联网技术、互联网平台紧密结合

仍然回到前面的表 1,我们可以发现这些青年创业者所涉足的领域有一个明显的共性,即以互联网为基础来发展业务。无论是实体店面的经营,还是推动线下交易的创意、构思,都以互联网作为基础和支撑。拉卡拉和人人贷公司自不必说,就连传统的餐馆经营也完全无法离开互联网。

(案例三):

伏牛堂的主要创始人张天一告诉我说:“在北京,大约有 30 万湖南人,借助微信圈,可以让其中 0.1% 的人找到店里来吃牛肉粉,再增多,我们就服务不过来了。张天一还表示,他最不喜欢的是别人叫他是卖米粉的,他要做的是京城湖南人的湘楚文化圈。这一点与“黄太吉”煎饼有着异曲同工之处,“黄太吉”的创办人对外宣称,他们不是做餐饮的,而是一家互联网企业。他们都认为自己在做的实体餐饮实质上是在建构一种互联网的销售模式。

(案例四):

张锐曾经是广东省的高考文科“状元”,从北大获得硕士学位之后,他先到了摩根斯坦利做投资银行工作,但很快就放弃百万年薪,从伦敦回到北京创业,他最早创立的企业叫“魔时网”,大致可以说是一个以推广各类文娱活动为特色的社交网站。随着微博、微信的兴起,他又找到了新的商机,创立了“时趣互动”工作并迅速发展壮大起来。他认为,互联网正在改变企业与消费者的关系,而基于互联网的企业与消费者的关系维护,本身就是一个新课题。因为越来越多的消费者在上网,使用智能手机,他们每天无数次习惯性刷屏。越来越多的信息、图像和声音通过移动社交网络传播给消费者,因此,移动社交网络,无论是微博,还是微信,都可以附加图像、声音和视频。只要在最后加上一个二维码,就是一个营销活动。对这些海量的信息数据,如果加以整理分析,就是一个有商业价值的工作,也是企业的需求。那些互联网巨头搭建了这样的平台,但它们本身并不开展这样服务,这就给中小型的互联网服务型企业留出了空间。张锐要做的,就是为各种企业提供完全基于互联网的消费者关系维护与营销服务。

从这些案例,我们很容易理解为什么这些创业者都会不约而同地说自己是在创办“互联网企业”。他们确实是在做 O2O 营销模式——“一种将线下交易与互联网结合在一起的新的商务模式,即网上商城通过打折、提供信息、服务等方式,把线下商店的消息推送给线上用户,用户在获取相关信息之后可以在线完成下单、支付等流程,之后再凭借订单凭证等去线下商家提取商品或享受服务”③。这一模式有实体店终端消费、互联网推送消息、在线支付等要素,而这些要素又与当前我国互联网技术的飞速发展和普及密不可分。

这些紧跟潮流的青年人,在创业之初就将自己的事业与互联网密切结合起来,从而进入了巨大的移动用户消费市场。据有关统计,截止到去年,中国已经有超过 10 亿的手机用户,其中有近 5 亿手机网民④。而快递网络的发展,使得店面的规模也许不再重要,重要的是快递完成的时间。在互联网社会,线下“关系网”和线上的“微信群”,分享互联网平台上中国式“熟人社会”的信任。而这种信任的评价,

---

① 可参阅史晋川、朱康对:《温州模式研究:回顾与展望》,《浙江社会科学》2002 年第 3 期,第 5—17 页。

② 可参阅董晓宇:《“苏南模式”的理论和实践 30 年回顾》,《现代经济探讨》2008 年第 8 期,第 19—24 页。

③ 卢益清、李忱:《O2O 商业模式及发展前景研究》,《企业经济》2013 年第 11 期,第 98—101 页。

④ iCTR 网络调研:《指尖上的网民——中国移动网民分析报告》,《市场瞭望》2014 年第 3 期。

由微信群中的人气点赞,拓展了线下的面子与口碑。通过 O2O“去中介化”和“反垄断”,使原来在线下不具有竞争力的小微企业,也有可能在线上发动逆袭。而这正是青年创业过程中依赖互联网的竞争力。

3. 跨界创业的成功:知识传播与核心创意

过去有句老话叫“不熟不做”,以往的创业者在选择自己的发展领域时,往往与自己所受的教育或者家族、地区的传统相关。比如说有的人选择服装业,是因为他(她)曾经学习过相关专业,或者祖上就是裁缝。但现在我却发现,青年创业者的教育背景与创业项目大多没有直接关系,更多的属于“跨界”创业。我认为这是当前青年创业潮流中十分明显的一个特点,在调查的企业当中,青春树和 1898 咖啡、车库咖啡的创始人在之前都没有相关的专业背景和创业经验。

(案例五):

青春树的创业者王川、武寒青是北大中文系的校友。毕业后他们在报刊做过编辑和记者。后来,辞职下海在动漫领域创业。尽管这两位校友都不画画,但青春树在圈内知名度很高,他们的原创动画片颇多,并屡获国内外奖项。由他们编剧、导演和剪辑的 3D 动画片《魁拔》1－3,无论编剧,人物造型,场景设计和音乐等,都足以代表国内一流水准。

(案例六):

1898 咖啡是北大校友企业家们采用众筹方式开办的咖啡馆。此前,创办策划人杨勇校友和参加众筹的校友们都没有经营过咖啡馆,也没有做过众筹。但是,1898 咖啡馆经过一年多时间的营业,良好的效果证明众筹模式设计是成功的。

车库咖啡的创办人苏药,也是从 IT 硬件销售主管转行做咖啡馆的。车库咖啡经营了 2 年多,现已发展成为中关村创业大街上知名的草根创新创业孵化器。

一方面随着互联网发展的不断加速,知识传播的方式越来越多样、传播的路径越来越便捷。这些创业者紧紧把握住这样的机会,利用移动通讯建立自媒体,从而作为创业产品和服务的信息发布平台,在朋友圈等传播途径中开展营销,进而转发到其他平面媒体和电视媒体上,并最终在外部社会上广泛传播。这种传播没有财务成本,效果却与商业广告近似。社会广泛传播的直接效果,便是吸引有兴趣消费者关注和体验。如“90 后”消费者喜欢追随新概念和体验式消费。老乡群体、同事群体、校友群体等,都倾向到熟人和朋友的店面,体验产品和服务,以及合影留念。此时,跨界创业者成为“偶像”,他们的店面成为景点,特定消费群体便是“粉丝”。互联网所带来的知识传播速度的加快使跨界创业者转行所需的学习时间大为缩短,学习成本也大为降低,整合相关资源的能力却提高了。互联网技术又成为了年轻人超越前辈的优势,借助此优势,年轻人具备能够快速学习多种知识和解决多种问题的本领。在信息时代,知识折旧速度提高了,迭代更新的时间缩短了,而年轻人适应能力强,能跟得上技术更新的速度。

另一方面,当前的青年创业也与传统的创业不同,不再以资金和劳动力为核心,已经逐渐转变为以创意、“点子”、“故事”为核心,这一改变也为这些没有原始积累的跨界创业者提供了更大的空间。

三、青年创业为什么能够成功
——初步的分析与思考

创业尤其是青年创业,当然是风险较大的事业。但为何当前中国社会越来越流行青年创业? 可以想到的一个原因就是成功者越来越多了,产生了激励作用。我也认为,当今的中国,市场经济已经发展到了一定程度,工业化、城市化已经进入到新的阶段,再加上中国社会本身所具有的一些重要的资源,使得青年创业的土壤已经很厚实、很成熟。

1. 政府的扶持大大扩展了创业空间

中国政府在中国经济的发展过程中,扮演了不可替代的重要角色。政府的扶持,不仅体现在积极方面,也体现在简政放权的方面,政府为企业特别是小微企业的发展提供了更为宽松的发展空间。李克强总理在 2014 年夏季的达沃斯论坛上表示,要“进一步解放思想,进一步解放和发展社会生产力,进一步解放和增强社会活力,打破一切体制机制的障碍,让每个有创业愿望的人都拥有自主创业的空间,让创

新创造的血液在全社会自由流动,让自主发展的精神在全体人民中蔚然成风”①。在过去的一年中,政府对创业的支持力度也在不断地加大:从推进商事登记制度改革等简政放权举措、出台一系列面向小微企业的定向降准政策,到教育部发布“要求高校建立弹性学制,允许在校生休学创业”②,从公司法的修改到工商登记制度改革。这些举措也取得了明显的效果,据有关统计,从 2014 年 3 月 1 日实施新的注册登记制度后,全国平均每天新注册企业 1.04 万户。截止到 2014 年年底,全国新登记注册企业 286.62 万户,注册资本金 14.83 万亿元,同比分别增长 53.99%、92.61%。全国个体私营经济从业人员 2.46 亿人,比 2013 年底增加 2754.12 万人③。

在 2015 年 3 月的全国“两会”上,李克强总理在政府工作报告中又多次提到了“创业”这个关键词,并从三个方面对创业的发展做了阐述。首先,强调了创业创新的重要性,在当前经济增长放缓、出现下行趋势且传统动力减弱的情况之下,“加大结构性改革力度,加快实施创新驱动发展战略,改造传统引擎,打造新引擎”,从而培育和催生经济社会发展的新动力,已经成为我国经济发展的必然选择。因此,政府决定“推动大众创业、万众创新”,并以此作为扩大就业、增加居民收入的重要推动力量,同时促进社会纵向流动和公平正义。其次,规定了政府的关键职责,要千方百计地为创业提供良好的社会经济环境。“各级政府都要建立简政放权、转变职能的有力推进机制,给企业松绑,为创业提供便利,营造公平竞争环境”,同时简化审批程序。并大力发展众创空间,从而“给市场和社会留足空间,为公平竞争搭好舞台”。最后,大力推动新技术在创业之中的普及,报告提出,要“制定‘互联网 +’行动计划,推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合,促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展,引导互联网企业拓展国际市场”。进一步将企业发展与互联网等新技术的结合确定为发展方向,并设立了专项的新兴产业创业投资引导资金,为创业提供了资金上的支撑和保障。④

在政府支持力度加大、市场机制日益完善、创业热情不断高涨的今天,青年创业还将持续升温。

2. 互联网的发展与普及为创业者构建了全新的社会网络

第一代创业者开拓市场的方式主要依赖于传统的电视、广播等媒体以及实体广告,包括一定程度的线下宣传,但其速度、影响范围远不及网络时代。从传统时代到网络时代的改变实质上是企业构建的社会网络的变化。在社会学中,社会网络(social network)指的是社会行动者(social actor)及其间关系的集合。也即每一个社会网络都是由多个点(社会行动者)和各点之间的连线(行动者之间关系)组成的集合⑤。

在一个企业的社会网络之中,企业的经营者和消费者都属于社会行动者,企业经营者希望能够与更多的消费者建立稳定的关系,从而经营逐渐交织起来的社会网络。而在互联网时代,企业经营者和消费者的关系构成的社会网络已经从原来面对面、通信等直接的交流方式演变成为一种依赖于虚拟空间的社会网络。在这种新的网络中,消费者只需要在互联网的移动终端轻轻滑动即可与企业的经营者建立足以完成任何交易的关系网络。在互联网时代的社会网络具有了更快的蔓延速度、更简便的建立方式、甚至更加细致入微的服务等突出特点。

在以互联网为基础的社会网络之中,虽然部分规模庞大的网络巨头已经垄断了搜索、社交、线上买卖等多个领域的商业服务和利润。但是互联网时代搭建起来的更为密集的社会网络给后来的创业者提供了十分丰富的选择余地。据有关研究,当前三大门户网站虽然占据了重要的数据流量,掌握了众多的信息,但仍有其不会涉足的部分,原因有二:一是比这更容易盈利的业务都做不完。二是三大门户网络

---

① 李克强倡导“万众创新”:为中国经济升级版发力,http://www.chinanews.com/gn/2014/09-12/6587454.shtml,检索时间 2015 年 3 月 18 日。

② 教育部:《关于做好 2015 年全国普通高等学校毕业生就业创业工作的通知》,2014-12-10。

③ 白雪:《2014:中国草根创业时代来临》,《中国青年报》,2014-12-29。

④ 李克强:《2015 年政府工作报告》,《人民日报》,2015-03-06。

⑤ 彭兰:《从社区到社会网络——一种互联网研究视野与方法的拓展》,《国际新闻界》2009 年第 5 期,第 87—92 页。

平台之间是有边界的,互相不会越过边界做其他平台的数据,因此,每家门户网络平台都巨大,但都不全面。所以,互联网提供的巨大的社会网络空间可以为后来的创业者提供很多生存选择:一方面,中小网络服务公司可以从三大平台买数据流量,另一方面,可以为其他企业提供新的移动社交式消费者关系维护与服务。

在当前的经济发展中,很多率先出现的企业已经占据了大多数市场份额,瓜分了大半的利润。但互联网时代企业经营者与消费者之间关系的建立越来越便捷,社会中错综复杂的社会网络日益繁密,没有任何一个企业能够覆盖所有甚至大多数的网络,仍有众多尚未开发的空间和资源可供后来的创业者参与其中,这也是后来的青年创业者之所以能够不断涌现新的成功案例的重要原因。

3. 独特的本土资源:对不完善市场机制的补充与修正

中国改革开放 30 年来,市场经济发展逐步完善,成就举世瞩目,但仍有两大短板:缺乏商业信用和契约精神。而这两个因素恰是西方发达国家市场经济良好发展的基石,那为何我国的青年创业者却依然能够在国内市场获得成功? 这要得益于创业者对本土性资源的灵活运用。

什么是中国的本土资源? 我认为这种"资源"的核心应当是建立在中国社会基本伦理与关系基础上的一种社会结构和社会秩序。学术界对这种结构和秩序的研究已经成为了解中国社会的重要切入点,尤其在社会学、经济学等学科之中。而这种中国社会特有的社会结构和社会秩序的建立与维护几乎完全依赖于中国人心目之中的"关系",有研究指出中国人的"关系"问题已经成为重要经验研究领域关注的核心问题,"关系""面子""人情"等非正式关系已经成为解释各种社会行动过程和后果的主要因素①。

这种以关系为核心建立起来的社会结构和秩序早已深入国人心中,虽然市场的信用并不完善,但仍有两种很强的信用:政府职责和"熟人规则"。自古以来,在中国民间对官员的俗称是"父母官",对朋友的俗称是"兄弟",这些本来是我们对"家里人"的称谓。说明我们对政府和熟人的信任,几乎相当于在家里对父母和兄弟的信任,在一项社会学研究中,研究者对农村税费征收的过程进行了考察,并指出"在正式行政权力的行驶过程中,基层政府官员对正式权力之外的本土性资源巧妙地利用,即将社会中非正式的因素大量地运用于正是权力的行驶过程之中,从而使国家的意志能够在农村中得到贯彻执行"②。在此案例中,我们可以清晰地发现基层政府对本土性资源的运用,面对一位不交税费的老农,基层干部说了一句"您就把我当作是要饭的"就解决了问题。这说明这位干部将国家与农民的关系转化为了农民与自己的关系,而这种根植于乡土社会之中的"熟人关系"恰是老农所看重、所认可的"信用",这种关系也正是中国老百姓信任政府特别是基层政府的关键所在。

再来看另外一种"信用"——熟人规则。中国自古以来即使一个"熟人社会",韦伯在对中国传统社会结构进行分析时,指出中国社会"缺乏理性的实事求是,缺乏抽象的、超越个人的、目的团体的性格"③,因此也就造就了一种"突出的'特殊主义'的关系结构"④。"缺乏理性""特殊主义"等关键词恰是中国"熟人社会"特征。在这样的社会结构中,人与人之间讲信用,重面子。朋友之间绝不容欺骗,否则将会视为"异己",被永远驱除出朋友圈。对中国人在这种社会结构中行为模式描述最为准确的当属费孝通先生:

我们的社会结构本身和西洋的格局是不相同的,我们的格局不是一捆一捆扎清楚的柴,而是好像把一块石头丢在水面上所发生的一圈圈推出去的波纹。每个人都是他社会影响所推出去的圈子的中心。

① 周飞舟:《差序格局和伦理本位——从丧服制度看中国社会结构的基本原则》,《社会》2015 年第 1 期,第 26 - 48 页。

② 孙立平,郭于华:《"软硬兼施":正式权力非正式运作的过程分析——华北 B 镇收粮的个案研究》,《清华社会学评论(特辑)》,厦门:鹭江出版社 2000 年版。

③ 马克思·韦伯著. 康乐、简惠美译,《中国的宗教. 宗教与世界》,桂林:广西师范大学出版社 2004 年版。

④ 塔尔科特·帕森斯著,张明德、夏遇南、彭刚译,《社会行动的结构》,南京:译林出版社 2012 年版。

被圈子的波纹所推及的就发生联系。①

不仅中国社会中的个体行动者如此,政府甚至也是基于这样一种社会结构之上,便形成了“家国同构”的社会组成方式。家人之间的信任基于血缘关系,政府官员对老百姓的行政职责,基于规则和纪律,而这种规则和纪律又常常受到本土社会结构的影响。中国人对朋友的信任与对政府职责的信任,虽然都不是商业信用,也不是契约精神,甚至还没有完善的法律制度来维护。但是,在中国的社会结构之中,任何行动者都必须遵守这样的一种行动规则。

在我分析的案例中,很多成功的创业者很善于利用这种本土资源,且基本都遵循其中的原则来行动。大多数的创业者在创业之初一般没有雄厚的资本,缺少社会经验,身单力薄,要应对复杂的社会局面、承担风险,就必须“一个好汉三个帮”,“兄弟齐心,其利断金”,才能有抗风险的能力。例如,在创业之初,需要资金,向朋友借钱甚至可以不用写借条,更没有抵押担保,更不用签署一大本律师起草的借款协议,只需要用“面子”作为信用担保即可。有“面子”就有人情,人情比山重,将来创业成功之日,要回报朋友们的人情帮忙。因此,熟人规则还有一条,朋友帮忙都是互相的。再有一条就是,朋友圈是一个相对封闭“熟人社会”,创业者最初的合作伙伴,多是家人、朋友、同学和校友。他们之间的信任度高,重面子,有人情,因此,工作效率高,执行力强,交换成本低,可以部分弥补市场缺乏信用和契约精神的不足。在上下游合作方面,熟人社会也采取“内外有别”原则,“肥水不流外人田”。

北大这一批校友创业者,他们在创业过程中依靠“朋友”“圈子”“熟人”的做法,恰恰印证了费孝通先生所论述的“水波纹”一样的社会结构,每个人在创业过程中总是以自身为中心,逐渐扩展自身的社会网络,且在差序格局明显的社会结构中做出决策和行动。正是这样的行为方式使得创业的交易成本更低、履约率更高、服务质量更好、产品质量也更加可靠,因此创业的成功率也就越高。

四、余论

除了上述的原因之外,当然还有很多因素需要考虑,比如:这些创业者的本钱从何而来? 改革开放以来,中国的私人财富不断积累,甚至大部分普通家庭也都拥有了一定的财富,北京、上海等一线城市的居民,如果拥有自己的住房,那么就可能价值百万、千万,而且中国居民的储蓄率很高。所以我观察到的很多创业者,启动资金可能来自家庭的积蓄,或者是几个朋友“一起凑凑”,或者很容易就获得了各类风险投资,这使得创业初期的压力没有那么大,资金的成本比较低。这毫无疑问是一个需要考虑的因素。

此外,如前所述,美国在青年创业领域,在所谓“互联网 +”产业领域,都居于世界领先水平,已经有了很多很成熟的模式,而且创新还源源不断。中国在这个方面作为后发国家、新兴市场,确实也有后发优势,中国的青年创业者很多都从美国的市场上找到了榜样。也许最开始我们“山寨”,但很快就能够将美国的模式中国化,并且青出于蓝而胜于蓝。这种后发优势对中国的青年创业者来说也很重要。

再比如,前面曾分析了中国互联网市场的格局也为青年创业者的成功留足了空间。互联网行业已有几个“巨无霸”,他们实力雄厚、覆盖面广,搭建起了非常好的平台,而且这些平台上可以做的事情很多,大企业不愿做、不会做的事情也很多,小微企业利用大企业创造的平台和机会,完全可以低成本地快速成长起来。

我的观察和调研都非常有限,仅仅局限在从北京大学毕业的一小部分青年创业成功者,所以我不认为自己发现了太多规律性的东西,他们的故事会有很多特殊性。但是,我又坚持认为自己的观察和分析是有意义的,因为哪怕是局部的现象,也足以反映出一个宏大的社会发展趋势,足以说明为什么“大众创业 万众创新”的局面能够形成。这也应该是中国经济社会发展的一个新方向,应该是中国继续充满发展活力的重要源泉,这能够体现中国特色社会主义市场经济的特点与优势,因为这既是市场经济进入成熟期的产物,也是中国传统、中国制度、中国道路的产物,对此我们应该有更多的自信,以及进一步进行深入研究的自觉。

---

① 费孝通:《乡土中国》,上海:上海世纪出版集团 2013 年版,第 25 页。

The Reason for the Formation of "Mass Entrepreneurship and Innovation" ——An Observation and Preliminary Analysis of Youth Entrepreneurship among the Young Alumni from Peking University

Wu Zhipan

(*Law School*, *Peking University*, *Beijing* 100871, *China*)

Abstract: Youth entrepreneurship is currently booming in several metropolises nationwide, including Beijing and Shanghai. It provides major impetus to the so-called "mass entrepreneurship and innovation", and is thus regarded as a fresh engine to drive economic development in China. According to our case study and analysis of a number of Peking University's young alumni who have started their own businesses, this group of young people features an entrepreneur team at a younger age, varies greatly between them in educational background and business field, makes extensive use of Internet technology and integrates it closely with Internet platform, and draws upon well-developed business models from other countries while making innovation in line with Chinese market. The optimized features of youth entrepreneurship and its rapid growth in China owe much to the support of government policies, the progress and popularization of technologies, and easier access for young people to higher education; yet more credit is due to several particularities of Chinese market and society.

Key words: youth entrepreneurship, local resources, social network, IT industry

(责任编辑　刘曙光)